

képet mutatni, mert előbb-utóbb úgyis kiderül az igazság.

**M&M** *A magyar országimázs azért sokáig egy nem túl valóságos csikós-gulyás-pusztai üzenetet közvetített, éppen az idegenforgalmon keresztül.*

**„Azt hiszem, az országimázs elsősorban kormányfeladat lenne abban az értelemben, hogy kell hozzá egy központi akarat.”**

Az idegenforgalmi propaganda csak egy szegmense az országimázsnak. De valóban volt korábban egy ilyen, az idegenforgalom által kialakított kép. És ennek élt az átpolitizált változata, a gulyásból gulyáskommunizmus lett, és végül Magyarországról kialakult egy olyan kép, amely olyan országot tükrözött, ahol minden egy kicsit jobb, mint máshol, és a táborból kilógó ügyeskedő nemzet él. Ez a kép összességében egyáltalán nem volt rossz, hiszen jelentkezett az előnye mindenhol, az üzleti életben, a gazdaságban, az idegenforgalomban és pénzügyileg is jótékony hatása volt. De ez a kép csak részben volt tudatos, jórészt spontánul alakult ki és a külföldi médiumok sugározták. Utána egy ideig vitt minket a békés rendszerváltó országimázs, ahol kiengedték a németeket és hozzájárultak a berlini fal lebontásához. De ez némileg politikai töltettel kialakított kép volt, és el is múlt a hatása. Utána pedig bebizonyosodott, hogy szükség van egy rólunk kedvező képet sugározó országimázusra.

**M&M** *De ez kinek lenne a feladata?*

Mindenkinek, hiszen közel azonos képet kell a velünk érintkezésbe kerülőnek kapnia tőlünk és rólunk. Széles körű együttműködésre lenne szükség, ahol több szakma és természetesen az idegenforgalom képviselői közösen alakítanák ki azt, mit is mondjunk magunkról. Mi egyrészt

az idegenforgalmi imázst próbáljuk most sugározni és valószínűleg szükség lenne arra, hogy ennél szélesebb értelemben vett országképet is közvetítsünk.

**M&M** *Erre van Önöknek pénzüik, esetleg futja az állami támogatásból?*

Ha az állami támogatásra gondolt, akkor azt felejtse el. Idén nem kaptunk egy fillért sem, mert ugyan az év első felében átutaltak számunkra mintegy 500 millió forintot, de azt május végén, tavalyi áthúzódó tételek miatt el is vonták. Ez a rendelet az összes állami támogatást elvitte, így számunkra a vállalkozók pénze maradt, ebből tudunk gazdálkodni.

**M&M** *Ön szerint mennyibe kerül az országimázs elkészítése?*

Eleinte néhány kávéba, esetleg a résztanulmányokért kellene fizetni. De ha ezen a fázison túljutottunk, és összeállt a kép, akkor annak eladása már sok pénzbe kerül.

**M&M** *És Önök ezt hajlandóak lennének támogatni?*

Természetesen. Bár azt hiszem, az országimázs elsősorban kormányfeladat lenne abban az értelemben, hogy kell hozzá egy központi akarat. De nem lehet egyedül egy központi szándékra és irányításra hagyatkozni, hiszen ami ilyen hivatalos szintre lép, azt általában megutálják az emberek. El kellene indulni egy bizottsággal, amelyik dolgozna a koncepción, és ehhez kapcsolódhatnának a különböző szakmák képviselői. De a képet először itthon kell népszerűsíteni, hogy a tízmillió magyar elhiggye, sikeres országban él. Ennek nincs köze a nacionalizmushoz, hanem meg kell tanulnunk saját magunkat értékelni.

**M&M** *Ön szerint milyen képet sugározhatnánk magunkról?*

Nem venném a bátorságot, hogy meghatározzam. Az országnak

vannak gyönyörű tájai, de máshol is található hasonló. Van egy 1100 éves történelme, amire büszke lehet, és ennek vannak tárgyi emlékei, de mások is büszkélkedhetnek hasonlóval. Amire nálunk büszkélkedhetünk, az az, hogy a jég hátán is megélő, agyafűrt emberek élnek itt, akik, ha úgy hozza a sors, melléklást vállalnak, otthon fűnak-faragnak, és elmennek a törvényesség határáig, hogy fönntartsák a családjukat és megtartsák önbecsülésüket. Aki ilyen, az jó üzleti partner bárki számára.



*Szekeres Imre, az MSZP frakcióvezetője*

*Meggyőződésem, hogy döntő kérdés az, milyen kép alakul ki külföldön egy országról. Ez kulcsfontosságú szerepet játszik a megítélésben, és döntő módon befolyásolja a gazdasági folyamatokat is – nyilatkozta Szekeres Imre, az MSZP frakcióvezetője, amikor arról kérdeztük, hogy mi a véleménye Magyarországi imázsáról, a jövőről, Európáról.*

**M&M** *Ön, mint az MSZP frakcióvezetője, miben látja az országimázs szerepét?*

Véleményem szerint minden kormányon lévő politikai erő feladata, hogy a lehető legkedvezőbb módon

befolyásolja azt, milyen kép alakuljon ki az országról. Éppen ezért ugyanígy az ellenzék számára is fontos, legalább részben, hogy képviselje az országot, és legalább ne kérdőjelezze meg azt. Nemcsak kormányzó pártként, hanem ellenzékben is ezt az álláspontot képviseltük. Ha viszont kormánypolitikusként nézem ezt a problémát, akkor azt is el kell mondanom, hogy nemcsak az a fontos, hogy milyen kép él rólunk Európában. Legalább ekkora figyelmet kell fordítani arra, mit gondolnak rólunk Észak-Amerikában és a sokszor elfelejtett Távol-Keleten.

**M&M** *Mit lenne érdemes hangsúlyozni az országimázs erősítését szolgáló esetleges kampány során?*

Én három dologra helyezném a hangsúlyt, amelyet nagyon fontosnak tartok. Először is ennek az országnak van jövőképe, van víziója arról, hogy hová halad. Másrészt olyan képet kell kialakítanunk, ahol minden kiszámítható, átlátható, vagyis nincs bizonytalanság. A harmadik szempont szerint pedig a nemzeti sajátosságokat hangsúlyoznám. Vagyis azokat az értékeket fontos kiemelni, amelyek a miénk. Például a grafikai szoftvergyártásban világelső vagyunk. Ezt többször kellene hangsúlyozni, mert tudni kell Magyarországról azt, hogy miben vagyunk jók, miben vagyunk elsők.

**M&M** *Úgy tűnik, Magyarországot az elmúlt években elvesztette korábbi imázsát, az osztályelső címét, és helyette ellentmondásos üzeneteket közvetített a média. Vagy éppen hátrányosat, mint a HungarHotels esetében.*

Három szakaszt lehet megkülönböztetni. Az első a hetvenes évekig tartott, amelynek során evidenciaszintre emelkedett az, hogy Magyarország első a szocialista blokkon belül, itt minden egy kicsit szabadabb, egy kicsit jobb, egy kicsit fejlettebb, mint máshol. A második szakasznak is fontos és pozitív üzenete volt. Egy olyan kép ala-

kult ki rólunk, amibe beletartozott a keletnémetek kiengedése is, hogy itt 1989 során tárgyalásos úton történt meg a rendszerváltás. De 1990-től következett egy átmeneti szakasz, amelyben bizonytalan képet lehetett rólunk kapni. Most viszont kialakult már a negyedik szakasz, amely 1995 elejétől körvonalazódik, és amelynek során Magyarország újra kezdi felmutatni, hogy miben jobb, mint mások. Jól kitapintható volt mindez a második davosi világgazdasági fórumon, ahol kiderült, úgy tartanak minket nyilván, hogy Magyarország a rendszerváltás utáni demokratikus intézményi rendszer kialakítását, az átmenet gazdasági oldalát tekintve elől jár. S tükröződik ez abban a bizalomban is, hogy a külföldi befektetésekné nagysága szerint első helyen állunk.

Ugyanígy hozzájárul a Magyarországról alkotott képhez az is, hogy a jövedelemkülönbségek itt nyíltak ki a legkevésbé, és az átalakulást sikerült konszolidált keretek között tartani. Vagyis egy megbízható, fejlődésre képes és dinamikus előrehaladó országnak tűnik Magyarország.

**M&M** *Ennek a negyedik szakasznak a kialakulásához azonban hozzájárulhatna az is, ha valamilyen módon sikerülne meghatározni, milyen országimázst kíván sugározni most, 2000 felé Magyarország?*

Fontos lenne, hogy ebben a kérdésben valamilyen tárgyalássorozat, közös gondolkodás elkezdődjék. Ez a negyedik szakasz kijelölheti azt a lépéssort, amely Magyarországot nem Európába viszi, hiszen már jelenleg is ott van, hanem amelynek során Magyarország fokozatosan az EU tagjává válik. Vagyis kialakulhat egy kép rólunk, amelyet néhány konkrét ügy alapján fognak formálni. Például nagyon pozitív hatása lenne annak, ha létrejönne a magyar Szilícium-völgy Lágymányoson. Ez egy olyan tett lenne, amely felhívna a figyelmet. Ugyanígy az infrastrukturális fejlődésre irányított figyelem is pozitív hatással lehetne.

Ahogy a legtöbb Internet-kapcsolási pont kialakítása is jelzés a világnak, milyen ország is ez a Magyarország.

**M&M** *Mostanában mintha megváltozna Magyarország megítélése. Eddig mindig kelet-európai ország volt, most viszont közép-európai országgént kezdik emlegetni.*

„Minden kormányon lévő politikai erő feladata, hogy a lehető legkedvezőbb módon befolyásolja azt, milyen kép alakuljon ki az országról.”

Ez a változás mutatja azokat a történelmi fázisokat, amelyeken áttentünk. Amikor a szocialista blokkba tartoztunk, akkor mindenki egy tömbként, kelet-európai országgént tartott minket számon. Utána ez felbomlott, és kiderült, hogy itt önálló államok vannak, majd még később egyértelművé vált, hogy Csehország, Lengyelország, Szlovénia és Magyarország politikai és gazdasági értelemben is közelebb került Európához. Ennek tudható be ez a változás a szóhasználatban, és ezt ki is kell használnunk. Az utóbbi két év során nagyon erőteljesen érezni lehet az elmozdulást. Két éve, amikor a Bundestagban, a szociáldemokrata frakcióban előadást tartottam, akkor a párbeszéd a különbözőség alapján született meg. Azt kérdezték, mi van Magyarországon? Most viszont már az azonosság alapján beszélgettünk, és ma már az a kérdés, hogy Magyarország miként csatlakozzon, milyen előnyök alapján, Európához.

**M&M** *Ön szerint mit lehetne tenni azért, hogy – kihasználva a reklámszakma szerveződését – megindulhasson egy tudatosan végiggondolt országimázs-kampány?*

Az MSZP följárhatná a rendelkezésére álló szakmai hátteret, hogy tanácskozások, bizottságok, konzultációk során közösen gondolkozzunk arról, mit és főleg hogyan csináljunk. Természetesen a

kapcsolatrendszerünket is bevin-  
nénk, és ennek a törvényalkotási  
munkában is tükröződnie kell. Az  
MSZP tagja az Európában legerő-  
sebb, a szociáldemokrata pártokat  
összefogó szervezet konzultatív  
bizottságának.

Így fontos segítséget adhatnánk  
például a külkapcsolatokban is, hi-  
szen egy-egy ilyen helyen tartott  
előadás után egy jelentősebb politi-  
kai tömb közelebb kerül Magyaror-

„Az én szlogenem az lenne:  
ez egy sikeres ország, van jövője.”



Magyar Bálint,  
művelődési és közoktatási miniszter

szághoz, és nyitottabbá válik az in-  
formáció befogadása iránt. Tehát az  
országimáaszt pártpolitikai szinten is  
kell formálni, de ez a lehetőség kor-  
látozottabb, mint amivel egy kor-  
mány vagy akár a gazdasági élet  
szereplői rendelkeznek. Ugyanígy  
fontos lenne a gazdasági körökkel,  
a nálunk lévő multinacionális vállalatokkal és a magyar cégekkel konzultálni mindarról, ami Magyarországra goodwilljét érinti. Ez vonatkozik a médiára is, amelynek fontos szerepe lehet.

**M&M** Akkor mi jelenleg a teendő?

Vannak bizonyos jogi lépések, amelyeket meg kell tenni: el kell fogadni a reklámtörvényt, ami persze nem megy érdekütközések nélkül, és kiszámítható gazdasági környezetet kell teremteni. De ez a téma túlmutat a törvényhozás keretein, szükség lenne egy állandó bizottságra, ahol folyamatos konzultáció folyik pártpolitikusok, vezető értelmiségiek, újságírók között.

És eldönthetnénk, mit is képviseljünk, ha az ország imázsáról van szó. Hiszen a világ nem kíváncsi arra, hogy milyen problémáink vannak, mert magának is van belőlük elég. Viszont kíváncsi a sikerre, és ezt kell hangsúlyozni PR-akciókon keresztül is.

**M&M** Mi lenne az Ön szlogenje?

Az én szlogenem az lenne, hogy ez egy sikeres ország, van jövője.

*Az országimáasz nagyobb feladat annál, semhogy egyetlen szerv el tudná látni az ezzel kapcsolatos teendőket – nyilatkozta Magyar Bálint művelődési és közoktatási miniszter. Mint mondotta, szükség lehet viszont egy központi akaratra, amelyik fölgyorsítja a munkát.*

**M&M** Ön szerint milyen módon indulhatna el egy, az országimáaszt megteremtő, vagy inkább átformáló kampány?

Úgy vélem, hogy nem tenne jót az ügynek, ha egyetlen erre a célra létrehozott intézménybe összpontosulna a feladat. Így esetleg óhatatlanul átpolitizálna az egész. Ráadásul a különböző területek összehangolása is a feladata lenne akár a külügyi, a miniszterelnöki sajtóiroda, vagy éppen a kulturális tárca között. Az országimáasz föl fogható ezen területek feladatai összességének, ám ha ezt megpróbáljuk egyetlen szervezetbe koncentrálni, akkor a szervezés túl sok energiát fölemészthet.

**M&M** Ön szerint milyen képet kellene sugározni Magyarországról?

Ha az országimáaszra gondolok, akkor előttem van egy ember képe, pontosan szólva az, amit rólung hisz. Ez egy érzelmi kép, és nem le-

xikális adatok összessége. Magyarországnak – mint köztudott – az EU-ba és a NATO-ba törekszik. Az ország elfogadása egy közösség vagy más országok által azonban nagymértékben függ az ottani közvéleménytől. Vagyis mennyiben közös a két kultúra, mennyiben hasonlítanak egymáshoz a szimbólumrendszerek, és emellett sikerül-e valami érdekeset, vonzó produkálni. Vagyis egyszerűre kell ismerősnek, a családba illeszkedőnek lenni, ugyanakkor különlegesnek is. Ez utóbbival nem árt vigyázni, hiszen vannak olyan egzotikus vidékek, országok, ahová elmennek az emberek néhány hétre megcsodálni, de nem kívánnak semmit sem hazavinni. Éppen ezért fontos, hogy miként sugározza ezt a képet minden művész, tudós, politikus, aki kül-

földre megy. Mennyire hasonló a beszédmódja, tekinthető-e az ottani kultúra részének. Vagyis a kinti polgároknak el kell tudni képzelni minket mindennapi életük részeként. Nem véletlen, hogy Magyarországra áramlott eddig a legtöbb külföldi tőke. Amikor egy külföldi pénzember idejön, soha nem írja majd bele a jelentésébe, de a döntés előtt azt is megnézi, hogy képes lenne-e itt élni? Idehozná-e a családját, a gyerekének van-e megfelelő iskola? Ha a válasz igen, akkor valószínűleg pozitív lesz a javaslata vagy a döntése.

**M&M** Mennyiben felel meg ennek a kívánalomnak a már létrejött, a Reklám Világszövetség magyarországi tagozata körül szerveződött csapat?

Valóban rendkívül jó munkát végeztek, ám megkötötte a kezüket az, hogy sokan nem ismerik még föl kormányzati körökben az országkampány jelentőségét. Első lépésben véleményem szerint el kellene érni azt, hogy minden tárca saját költségvetésének tervezésekor különösen elvalamekkora összeget erre a célra. Valószínűleg szükség lenne egy központi akaratra, de ennek nem feltétlenül kellene megjelennie egy központi intézményben, hanem a már meglévő csapatra lehetne építeni.